

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ПРОЕКТУ

Лепенко Ю.В.

Науковий керівник – Гусєва Ю.Ю., канд. техн. наук, доцент

Під маркетинговими дослідженнями розуміють діяльність зі збору, пошуку та обробки попередньої аналітичної інформації, що має значення для ринкової успішності проекту.

Маркетингові дослідження є функцією, яка пов'язує рекламний процес перш за все зі споживачами, а також іншими його елементами через кількісну і якісну інформацію. Інформація використовується для того, щоб виявити і визначити можливості і проблеми в галузі маркетингових комунікацій: уточнення, розробки, контролю і оцінки процесу рекламної комунікації; вдосконалення розуміння рекламного процесу.

У структурі маркетингових досліджень виділяють 3 принципових блоки, які, в свою чергу, також включають в себе конкретні роботи:

- організація досліджень;
- зовнішній аналіз;
- внутрішній аналіз.

Керуючись логікою рекламного процесу слід зазначити те, що в ході маркетингових досліджень споживачі мають можливість отримати інформацію для використання принаймні в одному з п'яти пунктів:

- розробка тактичних заходів рекламних стратегій і рекламних стратегій в сфері рекламних комунікацій;
- поточний контроль (кількісний і якісний) реалізації рекламних кампаній;
- визначення проблем в сфері рекламних комунікацій;
- оцінка ефективності (результативності) рекламних, кампаній;
- вдосконалення загального уявлення про рекламні комунікації як явище в процесі.

Програма маркетингу проекту представляє собою комплекс короткострокових, практичних заходів щодо реалізації раніше сформульованої тактики і стратегії маркетингу проекту. Програма безпосередньо базується на концепції маркетингу.

Під реалізацією маркетингу розуміють виконання дій, які були раніше заплановані; контроль результатів цих дій, планування і реалізація заходів попереджувального і коригуючого характеру.

Структура реалізації маркетингу проекту схожа зі структурою концепції та програми маркетингу. Проектування надходжень, залежних від продаж базується на наступних видах прогнозів:

- обсяги продажів по групах споживачів;
- обсяги продажів за продуктами та послугами;
- обсяги продажів по періодам;
- обсяги продажів по групах споживачів;
- частка ринку.

ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ У СКЛАДНИХ НЕЛІНІЙНИХ СИСТЕМАХ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Петрашенко Н.О.

Науковий керівник – Хвостіченко В.В., асистент

Сучасні соціально-економічні умови вимагають застосування нових методів до управління органами місцевого самоврядування. Сталий розвиток міста, як складної нелінійної системи, потребує визначення чітких цілей (SMART) та пріоритетів (SWOT-аналіз).

Органи державного та місцевого управління зіштовхуються зі складністю адаптації інструментів проектного менеджменту до вітчизняного публічного адміністрування [1]. Інтеграція інструментів та методів проектного менеджменту, їх адаптації до факторів зовнішнього та внутрішнього середовища міста, є актуальним питанням для управління процесами сталого розвитку міста органами місцевого самоврядування. Здійснення проектної діяльності пов'язано з розв'язанням тих чи інших питань, що виникають під час функціонування системи. Проблемами (виклики) можуть виступати нові фактори, що з'являються у внутрішньому та зовнішньому середовищі, вирішеннями (розвиток) таких питань слугують проекти, що мають на меті послідовне створення унікального результату.

На рівні територіальних громад вирішенням таких питань повинні займатися органи місцевого самоврядування. Комплексом таких питань є проблеми сталого розвитку міста, а саме гармонізація економічної, соціальної та екологічної складової. Завдяки адаптованим до вітчизняних умов методологій (РМВОК) [2] управління проектами та програмами та використання методологій підвищення якості та досягнення оптимізації процесів проектної діяльності (СММІ) [3] органи місцевого самоврядування значно підвищують ефективність управління процесам сталого розвитку, та, як наслідок, задовольняють потреби зацікавлених сторін.

1. Кадикова І.М. Впровадження процесного підходу в діяльність ВНЗ для підвищення якості освіти / І.М. Кадикова, Е.В. Міроєвська // Тези доповідей Міжн. науково-техн. конференція «ІКТМ-2011». – Харків: Національний аерокосмічний університет «ХАІ», 2011. – Т. 3. – С. 20.